

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini banyak perusahaan dibidang teknologi seluler yang mengalami kemajuan. Perkembangan tersebut dapat peneliti rasakan di negara Indonesia. Kemajuan teknologi seluler tersebut didasari oleh keinginan konsumen yang membutuhkan kemudahan dalam berkomunikasi. Berbagai alasan konsumen memiliki *smartphone* dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan, menghubungi teman atau keluarga, dan bahkan fungsi teknologi komunikasi seluler pun telah mengalami kemajuan yang signifikan. Sehingga banyak perusahaan yang berlomba dalam menciptakan produk yang inovatif.

Perkembangan *smartphone* saat ini banyak sekali dengan kemudahan-kemudahan yang dapat kita rasakan dalam kehidupan. Saat ini perusahaan yang sedang bersaing dalam bidang teknologi seluler demi memenuhi permintaan pasar adalah Apple (iPhone) , Samsung, Blackberry, Nokia dll. Namun dari perusahaan tersebut teknologi *smartphone* yang memiliki kualitas, harga dan menjadi *Word of Mouth* dari tahun ke tahun adalah perusahaan Apple dengan iPhone nya. Hal ini bisa dilihat ketika perusahaan Apple meluncurkan iPhone terbarunya di setiap tahun tepatnya di bulan September, antusias masyarakat terhadap peluncuran iPhone tersebut sangat besar. Terbukti dengan adanya antrian panjang ketika konsumen ingin membeli produk iPhone terbaru di toko resmi Apple. *Smartphone* dari brand Apple tersebut bahkan disebut sebagai

smartphone terlaris didunia. Terdapat beberapa brand *smartphone* yang memiliki penjualan terbesar di dunia pada tahun 2016-2017 menurut data terbaru dari firma riset Gartner dan Internasional Data Corporation(IDC). Beberapa brand dari *Smartphone* tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1. Data Penjualan *Smartphone*

No	Perusahaan	Penjualan Tahun 2016 (Dalam Juta)	Penjualan Tahun 2017 (Dalam Juta)
1	Apple	77,0	77,3
2	Samsung	76,7	74,0
3	Huawei	40,8	43,9

Sumber : Gartner dan IDC

Pada tabel 1.1 diatas pada tahun 2016 *smartphone* yang menguasai pasar adalah perusahaan Apple dengan iPhone nya. Hal ini terjadi ketika pada tahun 2016 iPhone mengeluarkan *smartphone* terbarunya yaitu iPhone 7 dengan teknologi yang canggih dan mampu memikat konsumennya sehingga penjualan iPhone meningkat. Pada tahun 2016 penjualan *smartphone* iPhone mencapai 77 juta unit dan diikuti oleh Samsung dengan penjualan sebesar 76,7 juta unit dan Huawei sebesar 40,8 juta unit. Pada tahun 2017 *smartphone* iPhone masih menempati posisi pertama. Penjualan *smartphone* iPhone di tahun 2017 tidak meningkat secara signifikan yaitu sebesar 77,3 juta unit. Diikuti oleh *smartphone* pesaingnya yaitu Samsung sebesar 74 juta unit dan Huawei sebesar 43,9 juta unit.

Konsumen di pasar Indonesia banyak yang ingin membeli dan menggunakan *smartphone* iPhone mulai dari seri lama hingga terbaru. Dilansir dari situs berita Kompas.com, *smartphone* yang paling banyak dicari adalah

smartphone iPhone Data *smartphone* yang paling banyak dicari tersebut bisa dilihat pada tabel 1.2. berikut:

Tabel 1.2. *Smartphone* yang paling banyak dicari di Indonesia

No	Perusahaan	Produk (Tahun 2017)
1	Apple	iPhone X
2	Oppo	Oppo A37
3	Nokia	Nokia 6
4	Vivo	Vivo V5
5	Samsung	Samsung Galaxy S8

Sumber : Kompas.com

Berdasarkan data pada tabel 1.2 diatas, *smartphone* iPhone menduduki peringkat pertama sebagai *smartphone* yang paling banyak dicari oleh konsumen di Indonesia. Lalu, diikuti oleh perusahaan *smartphone* lain seperti Oppo, Nokia, Vivo dan Samsung. Bahkan, di dalam penjualan *smartphone* bekas sekalipun iPhone menjadi *smartphone* yang paling banyak dibeli di pasar Indonesia. Dilansir situs berita Techinasia, pada tahun 2015 data *smartphone* bekas yang paling laris di pasar Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini:

Tabel 1.3. *Smartphone* bekas terlaris di Indonesia

No	Perusahaan	Tipe	Data Penjualan 2015 (unit)
1	Apple	iPhone 5 16 GB	7.332
2	Apple	iPhone 4S 16 GB	6.567
3	Apple	iPhone 5S 16 GB	5.430
4	Samsung	Galaxy S4	5.119

Sumber : Techinasia.com

Berdasarkan data pada tabel 1.3. diatas. Penjualan terbanyak pada *smartphone* bekas adalah iPhone. Tipe iPhone 5 sebagai produk dengan

penjualan terbanyak pada tahun 2015 yaitu sebesar 7.332. Kemudian diikuti tipe iPhone 4s dan iPhone 5. Kemudian untuk urutan ke-4 *smartphone* Samsung menjadi salah satu *smartphone* bekas yang banyak dibeli yaitu sebesar 5.119. Hal ini terbukti bahwa *smartphone* iPhone menjadi salah satu *smartphone* yang banyak diminati oleh konsumen di Indonesia.

Kegunaan dari *smartphone* bukan hanya digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi saja. Saat ini kegunaan *smartphone* sangatlah berkembang dengan tersedianya berbagai macam fitur seperti bermain game, fotografi, bahkan untuk bisnis jualan *online* sekalipun. Hal tersebut semakin mudah dilakukan hanya menggunakan teknologi seluler saat ini (*smartphone*). Atas perilaku konsumen tersebut perusahaan akan membuat acuan dalam mengembangkan dan meningkatkan inovasi dalam teknologi berbasis seluler tersebut. Namun dari banyaknya *smartphone* yang dijual di pasar, Konsumen memiliki determinan dalam memutuskan pembelian *smartphone* yang ingin digunakan. Penggunaan tersebut antarlain untuk komunikasi sehari-hari, bermain game bahkan berbisnis.

Keputusan Pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk (Kotler, 2009). Pengambilan keputusan dalam hal ini didasari oleh konsumen yang menyukai barang tersebut dan juga oleh produsen yang menginginkan keuntungan atas dasar menjual barang, namun dalam pengambilan keputusan tersebut perusahaan tentunya harus memiliki strategi yang tepat dalam memikat konsumen. Sehingga konsumen tersebut mau membeli produk yang perusahaan

jual. Didalam penelitian ini terdapat beberapa determinan yang mempengaruhi keputusan pembelian pada teknologi seluler. Determinan adalah faktor penentu yang mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun faktor-faktor penentu keputusan pembelian adalah budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Salah satu faktor yang pertama dalam penentu proses keputusan pembelian adalah budaya. Adanya perubahan budaya menurut Kotler dan Armstrong (2008;159) untuk menemukan dan mengembangkan suatu produk baru dan berkualitas yang nantinya diinginkan orang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk adalah salah satu faktor yang penting. Kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2009;143). Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Berdasarkan hasil penelitian Cahaya (2014) bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Sony Xperia Z. Melihat perilaku konsumen saat ini yang menginginkan sebuah produk dengan kualitas yang baik, daya tahan yang lama, tampilan kemasan yang unik, dan memberikan sebuah manfaat. Hal ini yang memotivasi perusahaan Apple dalam meningkatkan kualitas produk dari tahun ke tahun.

Dilansir dari situs Kompas.com adanya peningkatan kualitas produk iPhone karena konsumen saat ini membutuhkan produk yang memiliki teknologi, prosesor, kualitas kamera, daya tahan baterai dan konektivitas yang canggih Pada awal peluncuran iPhone generasi pertama hingga generasi yang terbaru produk iPhone X lah yang banyak mengalami perubahan.

Perubahan tersebut antara lain peningkatan kualitas kamera, penambahan *Random Access Memory*, peningkatan prosesor, dan tampilan *display* iPhone yang semakin elegan. Dilansir dari Gadgetfight.id bahkan untuk *score* pada *smartphone* iPhone terbaru pada aplikasi AnTutu Benchmark (penguji performa *smartphone*) adalah yang tertinggi dan diikuti *smartphone* lain dibawahnya. Hal inilah yang menciptakan sebuah daya tarik dalam memikat konsumen agar mau membeli *smartphone* iPhone yang dijual. *Smartphone* yang memiliki performa terbaik menurut AnTutu Benchmark dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut:

Tabel 1.4. *Score* Performa *Smartphone* pada AnTutu Benchmark

No.	Typa Smartphone	Score
1	Iphone XS	341.060
2	Black Shark	289.415
3	Vivo Nex S	288.076
4	Oppo Find X	286.134
5	OnePlus 6	283.641

Sumber : Gadgetfight.id

Berdasarkan tabel 1.4. diatas iPhone XS menjadi *smartphone* yang memiliki *score* tertinggi pada uji performa di AnTutu Benchmark yaitu sebesar 341.060. *Score* tertinggi tersebut menunjukkan bahwa *smartphone* iPhone mengalami peningkatan pada kualitas produknya. Kemudian diikuti oleh *smartphone* dari Xiaomi yaitu tipe “Black Shark” yaitu sebesar 289.415. lalu diurutan ke tiga terdapat *smartphone* Vivo dengan *score* 288.076. Selain itu *smartphone* lain yang memiliki performa terbaik adalah Oppo Find x dan OnePus 6.

Dalam pembelian suatu produk, konsumen memiliki berbagai pilihan dalam memutuskan produk mana yang ingin dibeli. Produk tersebut tentunya

memiliki harga terbaik sesuai dengan kondisi ekonomi konsumen tersebut. Sehingga konsumen memiliki berbagai persepsi harga untuk membeli suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008;174) hal ini berkaitan dengan faktor penentu lain dalam keputusan pembelian yaitu faktor psikologis seseorang, dimana memiliki persepsi atau gambaran tertentu. Menurut Peter dan Olson (2014;246), *Price Perception* (persepsi harga) menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna bagi mereka. Dengan kata lain persepsi akan harga sangat mempengaruhi konsumen tentang kualitas dari produk tersebut. Berdasarkan hasil penelitian Sonia (2014) bahwa persepsi harga mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Android.

Smartphone iPhone adalah produk *high-end* buatan perusahaan Apple, yang terkenal akan penjualan produk dengan harga yang tinggi. Dilansir situs Liputan6.com harga *smartphone* iPhone tiap tahun mengalami peningkatan pada harga. Generasi iPhone pertama dahulu dijual dengan harga 599 Dollar dan iPhone generasi terbaru yaitu iPhone XS Max dijual dengan harga 1099 Dollar. Data dari peningkatan harga *smartphone* iPhone dapat dilihat pada tabel 1.5. berikut:

Tabel 1.5. Harga *Smartphone* iPhone

Tipe <i>Smartphone</i> iPhone	Harga	Tahun Rilis
iPhone 1	599 Dollar	2007
iPhone 5s	719 Dollar	2013
iPhone 8+	799 Dollar	2017
iPhone X	999 Dollar	2017
iPhone XS Max	1099 Dollar	2018

Sumber : Apple.com

Berdasarkan tabel 1.5. di atas harga iPhone terbaru tiap tahunnya mengalami kenaikan. Hal ini dikarenakan berbagai faktor seperti biaya riset yang tidak murah, bahan pembuatan iPhone yang mahal, dan *brand image* perusahaan Apple yang terkenal akan produk nya yang eksklusif dan mewah. Akan tetapi ketika *smartphone* iPhone terbaru rilis maka harga iPhone terdahulu mengalami penurunan. Bahkan untuk *smartphone* iPhone 5s yang awal rilis mencapai harga Rp 12 jutaan di pasar Indonesia sekarang bisa dibeli dengan harga Rp 2 juta. Namun dengan harga yang ditawarkan oleh *smartphone* iPhone tersebut, sebanding dengan *value* yang diterima oleh konsumen.

Selain kualitas produk dan persepsi harga, komunikasi perlu dijalin perusahaan dengan konsumen secara interaktif. Hal itu bertujuan agar produk dari perusahaan lebih dikenal, dipercaya dan diyakini oleh konsumennya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008;176) dalam faktor sosial yaitu pemimpin opini dapat mempengaruhi sosial terhadap orang lain. Biasanya pemasar menciptakan pemimpin opini untuk mengkomunikasikan merek produk perusahaan kepada orang lain. Salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang memberikan pengaruh optimal adalah menggunakan *word of mouth*. Menurut Kotler dan Keller (2009:512) *word of mouth* merupakan pembicaraan antara satu orang dengan yang lain secara langsung atau melalui surat, atau komunikasi menggunakan media elektronik mengenai keunggulan atau pengalaman pada saat membeli dan menggunakan suatu produk maupun jasa. Hubungan antara *word of mouth* dengan keputusan pembelian diperkuat

dari hasil penelitian Mahbubiy (2016) bahwa *word of mouth* mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Xiaomi

Adanya *word of mouth* pada *smartphone* iPhone dapat dirasakan euforianya pada saat peluncuran produk terbarunya. Banyak *Influencer* maupun berita yang mengulas produk *smartphone* iPhone ketika Apple merilis produk terbarunya. Hal yang menarik adalah dilansir dari situs berita PutraNews.com *smartphone* yang dibuat oleh Apple tersebut kurang dalam memasarkan produknya di TV. Walaupun kurang aktif dalam memasarkan produknya, *smartphone* iPhone tetap laris di pasar global. Dilansir dari situs blog.olx.co.id iPhone menjadi *smartphone* yang paling banyak dibicarakan sepanjang tahun 2016 *Smartphone* yang paling banyak dibicarakan di tahun 2016 dapat dilihat pada tabel 1.6. berikut:

Tabel 1.6.. *Smartphone* yang paling banyak dibicarakan

No	Perusahaan	Produk (Tahun 2016)
1	Apple	iPhone 7
2	Samsung	Galaxt Note 7
3	Samsung	Galaxy S7 Edge
4	Apple	iPhone SE
5	Google	Google Pixel

Sumber : blog.olx.co.id

Berdasarkan tabel 1.6. Diatas *word of mouth* pada *smartphone* iPhone mengkaji terkait spesifikasi iPhone yang meningkat, kinerja yang semakin baik, tampilan dari iPhone yang elegan dan harga yang ditawarkan sangat tinggi. Adanya *Word of Mouth* oleh konsumen iPhone, ulasan para *Influencer* bahkan teman terdekat ini membuat konsumen tertarik terhadap *Smartphone* iPhone. Sehingga konsumen memiliki keinginan untuk memutuskan

pembelian akibat adanya sebuah informasi tersebut. Bahkan setelah adanya keputusan pembelian, ketika konsumen merasa puas terhadap nilai yang diberikan suatu produk *smartphone* iPhone. Konsumen akan membicarakan, merekomendasikan dan memberikan informasi terkait keunggulan produk kepada teman atau orang lain.

Berlandaskan atas fenomena yang terjadi, beberapa konsumen di Indonesia menyukai *Smartphone* iPhone sebagai alat komunikasi sehari-hari. Dari hal itu memberikan sebuah persepsi tentang produk *smartphone* iPhone yang banyak diminati. Lalu, bagaimana dengan konsumen *smartphone* iPhone yang ada di kota Malang dalam memutuskan pembelian. Apakah konsumen membeli karena kualitas produk yang ditawarkan *smartphone* iPhone sangat baik. Karena menurut data diatas, bahkan *smartphone* iPhone bekas tersebut masih tetap diminati oleh konsumen. Harga yang ditawarkan *Smartphone* iPhone juga variatif. Mulai dari seri lama atau bekas yang memiliki harga lebih terjangkau, hingga seri terbaru yang memiliki harga tinggi, dan alasan lain adanya *brand image* dari perusahaan Apple yang terkenal mewah dan eksklusif atas produk yang mereka ciptakan, sehingga terciptanya *word of mouth* yang membuat konsumen ingin membeli dan menggunakan iPhone sebagai alat komunikasi sehari-hari.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang terjadi dilatar belakang tersebut. Dimana iPhone menjadi salah satu *smartphone* yang diminati. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Determinan Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* iPhone ?
2. Apakah persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* iPhone ?
3. Apakah *word of mouth* mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* iPhone ?
4. Apakah kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* iPhone secara simultan?

C. Batasan Masalah

Mengetahui bahwa banyaknya perkembangan permasalahan yang dapat ditemukan dalam penelitian ini. Peneliti mengemukakan Batasan-batasan masalah agar penelitian terfokus pada permasalahan yang ingin diteliti. Batasan masalah didalam penelitian ini adalah :

1. Dalam variabel kualitas produk pada penelitian ini sebatas pemahaman konsumen terkait nilai produk yang ditawarkan *smartphone* iPhone
2. Dalam variabel persepsi harga hanya sebatas pemahaman konsumen terhadap harga yang ditawarkan oleh *smartphone* iPhone. Apakah dengan harga tersebut sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan.
3. Dalam Variabel *word of mouth* sebatas konsumen yang menyampaikan informasi ke konsumen lain terkait dengan produk *smartphone* iPhone.

4. Dalam variabel kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth*. Hanya sebatas mengetahui pengaruh atau tidak antara variabel independen terhadap keputusan pembelian secara simultan.

D. Tujuan

Tujuan dari penyusunan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam membeli *smartphone* iPhone.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi harga pada keputusan pembelian *smartphone* iPhone.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Word of Mouth* pada keputusan pembelian *smartphone* iPhone.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone secara simultan

E. Manfaat

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan kepada pihak perusahaan untuk menentukan pengambilan keputusan yang baik dalam kualitas produk, harga maupun *word of mouth* demi meningkatkan penjualan dan nilai perusahaan. Selain itu dapat mengetahui faktor apakah yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian oleh konsumen dalam membeli produk *smartphone* iPhone.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan atau perbandingan maupun referensi bagi pihak-pihak lain yang tertarik atau ingin mengembangkan dalam bidang ini.

